



estudos semióticos

www.fflch.usp.br/dl/semiotica/es

issn 1980-4016
semestral

junho de 2009

vol. 5, nº 1
p. 75–83

Adão e Eva no paraíso: da propaganda religiosa à propaganda comercial

Mariza Bianconcini Teixeira Mendes*

Resumo: Este estudo analisa as relações intersemióticas entre o terceiro capítulo do Gênesis e duas pinturas do Renascimento italiano, no que diz respeito às figuras e temas da sexualidade no discurso sobre o pecado original. Ao estudar as relações intersemióticas em discursos manifestados por diferentes formas de linguagem, o analista procura apurar as características mais importantes de cada texto enunciado, exatamente aquelas que os tornam diferentes no plano da expressão, mas semelhantes no plano do conteúdo. O objetivo, nesse caso, é desvendar os procedimentos de significação e o uso social dos objetos semióticos em questão. Para isso, foram escolhidos como discursos plásticos desenvolvidos a partir do Gênesis III dois exemplos da produção renascentista: *O pecado original e a expulsão do paraíso*, de Michelangelo, e *Adão e Eva*, de Palma Vecchio, sendo o último observado a partir do folheto publicitário de uma joalheria, proposto para vender alianças de casamento. Além do conteúdo semântico e das formas de expressão, na comparação com o texto bíblico verbal, serão analisadas também as estratégias de produção e discursivização desses discursos plásticos, em sua condição de metatextos, usados como divulgação publicitária e para facilitar aos cristãos letrados da época a compreensão e memorização das histórias sagradas contadas na Bíblia.

Palavras-chave: intersemioticidade, discurso bíblico, publicidade, sexualidade, pecado original

Considerações prévias

*L'image, l'art, la peinture, la photographie, ne sont
que des données, des phénomènes certes
saisissables comme des ensembles signifiants -
sinon la sémiotique ne les prendrait pas en
considération - mais dont la définition, la
détermination, et plus encore le statut,
sont le fait de découpages culturels,
c'est-à-dire historiques et relatifs.*

(Jean-Marie Floch)

Ao fazer uma análise semiótica do relato verbal do pecado original (Gênesis, III), concluí com uma indagação: ver a expressão “comer o fruto proibido” como uma figurativização do ato sexual seria pertinente? Diante da inexistência de elementos textuais, no nível da narrativa, do discurso, ou mesmo da manifestação verbal, que permitissem tal leitura, deixei a resposta para um outro momento das minhas reflexões sobre o texto bíblico.

Seria uma análise de textos pictóricos sobre o mesmo tema desenvolvido no Gênesis o momento adequado para retomar a questão e lançar uma hipótese? O objetivo deste trabalho é estudar manifestações plásticas dessa passagem do discurso bíblico, tomando duas pinturas do Renascimento, que mostram Adão e Eva em cenários e situações bastante diferentes, caracterizados por cores, linhas, formas e posições que serão analisadas como *formantes plásticos*, no processo de significação desses objetos semióticos.

A comparação entre um texto verbal e outro não-verbal, como meios de expressão distintos que manifestam um só conteúdo, em relação intersemiótica, pode ser também uma oportunidade de mostrar as sutilezas da análise semiótica aplicada aos mais variados objetos de significação e comunicação. Consideremos em primeiro lugar exatamente esse aspecto essencial do texto: um produto cultural que sobrevive por ser ao mesmo tempo um *todo de significação* e um *instrumento de comunicação*, atualizados pelo ato da enunciação.

Segundo Ignacio Assis Silva, “a enunciação faz-ser o

* Membro fundador do Grupo CASA (UNESP-Araraquara) e membro do GEScom (UNESP-Bauru). Endereço para correspondência: {marbitem@terra.com.br}.

sentido, que não preexiste a ela, [...] que o convoca a um estado de existência atual” (Silva, 1995, p. 62). Se a instância da enunciação dos discursos – verbais, plásticos, musicais, gestuais – não fosse formada por um destinador e um destinatário, no ato de comunicação, certamente eles desapareceriam culturalmente. A sua sobrevivência está garantida pelo papel dos leitores ou espectadores, enunciatários que, como co-produtores do sentido, ou co-sujeitos da enunciação, renovam os discursos a cada leitura, seja intuitiva, ingênua, prazerosa, sensível, indiferente, intelectual ou científica. Em qualquer forma de suporte, propagação, reprodução e interpretação, um texto é sempre um recorte cultural de um determinado contexto espaço-temporal, sendo também um *recorte semiótico* nos processos de significação que marcam a vida humana.

Em contato com os trabalhos de Greimas (1984) e Floch (1985), que propõem uma *semiótica plástica*, podemos perceber que seus procedimentos e seus objetivos não são exatamente os mesmos que os da semiótica verbal. Desde o seu surgimento, a semiótica plástica – também chamada visual, da arte, da imagem, planar ou monoplana – buscou um caminho próprio, que a caracterizasse como uma forma de identificar os elementos pertinentes para a significação dos sistemas de representação iconográfica.

Poderíamos dizer que a diferença entre os dois caminhos talvez esteja no fato de que a análise semiótica dos textos verbais priorizava inicialmente (anos 1970-80) a forma do conteúdo, enquanto nos estudos dos textos plásticos citados, a prioridade é a forma da expressão, mesmo levando em conta que uma não existe sem a outra. Trata-se simplesmente de uma questão de metodologia de análise, ao focalizar diferentes manifestações discursivas.

Para Floch, a imagem deve ser vista como um “texto-ocorrência”, ou seja, o resultado de um complicado processo de produção de sentido, com todas as etapas dos demais, em que a iconicidade seria definida como um “efeito de sentido de realidade”, que não é prerrogativa de um determinado tipo de linguagem ou de signo, mas de um determinado tipo de discurso, que explora as conotações sociais da linguagem e suas relações com a “realidade” (1985, p. 12-13). Por essa razão o objetivo da semiótica plástica será, para o autor, estudar as condições de produção de um certo tipo de relação entre o significante e o significado – uma relação semi-simbólica – através de um *jogo de sentido* em que as peças do tabuleiro são, além dos temas e figuras, as linhas, as formas, as cores e as disposições topológicas.

Greimas, nessa mesma época, alertava para as dificuldades encontradas pelos semioticistas na análise de um objeto cujo modo de organização era ainda desconhecido. A solução para o problema seria tentar, inicialmente, a exploração do significante, identi-

ficando suas características em relação às categorias plásticas do espaço enunciado. Comentando estudos contidos numa coletânea, o autor concluiu que é o eixo sintagmático “que nos informa acerca dos modos de co-presença dos termos e das figuras plásticas numa mesma superfície-texto” (Greimas, 1984, p. 37). Ao definir as unidades sintagmáticas chamadas “contrastes”, identificando os termos opostos (contrários ou contraditórios) de uma mesma categoria, no plano da expressão, o analista estará circunscrevendo a especificidade da linguagem plástica.

Antes, porém, de tentar a identificação dos elementos responsáveis pela construção do sentido nos textos plásticos escolhidos para esta análise, será necessário tecer alguns comentários sobre o contexto sociocultural de sua enunciação, envolvendo enunciadore e enunciatários dessas obras de arte, uma vez que em todo texto, como já foi dito, o processo de comunicação precede o processo de significação, ou seja, para que a significação exista é preciso que haja antes a comunicação.

1. Adão e Eva e o fruto proibido

A primeira pintura a ser analisada está no teto da Capela Sistina e tem como título *O pecado original e a expulsão do paraíso* (ver Figura 1, na página seguinte), uma das obras-primas de Michelangelo (1475-1564).

Se a intenção era, inicialmente, estudar o mito bíblico do pecado original em manifestações plásticas, um fato inesperado mas auspicioso veio mudar o rumo de minhas preocupações. Em meio às leituras e pesquisas sobre o assunto, recebo pelo correio, entre várias promoções natalinas, uma bem cuidada peça publicitária: entre joias, relógios, óculos e canetas, havia reproduções de obras de arte de diferentes épocas e culturas. Entre elas, para minha surpresa, *Adão e Eva* (ver Figura 2, na página 78 deste artigo), do pintor italiano renascentista Palma Vecchio (1480-1528), promovia a venda de alianças de casamento, sob a romântica palavra ENCONTROS.

Estaria aí a resposta para a minha indagação anterior, sobre a leitura temática do fruto proibido como metáfora do ato sexual? Não paira nenhuma dúvida sobre o propósito da composição publicitária: relacionar o encontro de Adão e Eva no paraíso, para “comer o fruto proibido”, com o eterno encontro entre homens e mulheres no enlace matrimonial, ainda hoje selado por alianças de ouro. Um trabalho bastante original da agência 6P, para a joalheria Exótica, de Bauru.

Evidentemente não foi a primeira vez, desde que se instituiu a propaganda comercial, que as figuras de Adão e Eva, do paraíso perdido ou do fruto proibido foram usadas, assim como outras passagens ou cenas da Bíblia, para influenciar consumidores dos mais

diferentes produtos. Trata-se de motivos de origem milenar, usados em diversas configurações discursivas da cultura ocidental. Devemos considerar ainda que, em nossa tradição cultural, o senso comum vê o “fruto proibido”, objeto modal do desejo que ocasionou o pecado original, como tema da consumação do ato sexual

entre o primeiro homem e a primeira mulher, embora seja estranho pensar que o Criador tivesse proibido o ato necessário à propagação da espécie. Mas a lógica não é um apanágio dos mitos, pelo contrário, o discurso mítico permite a conciliação dos contrários em sua cadeia semântica.



Figura 1

Michelangelo, *O pecado original e a expulsão do paraíso* [1509]¹.

Ao receber pelo correio o *Adão e Eva* de Palma Vecchio, minha análise se concentrava no afresco de Michelangelo – *O pecado original e a expulsão do paraíso* (Figura 1) – um dos quadros do teto da Capela Sistina, no Vaticano. A decisão de fazer um estudo comparativo das duas pinturas surgiu imediatamente, diante da evidência dos diferentes pontos de vista na enunciação dos dois textos plásticos: o primeiro, de Palma Vecchio (ver Figura 2), focaliza apenas a cena em que Eva oferece o fruto a Adão (manipulação por sedução), enquanto o segundo, de Michelangelo, enquadra no espaço pintado duas cenas, a tentação da serpente e a punição final (manipulação e sanção). Seriam diferenças ideológicas na concepção da imagem como meio de reprodução e comunicação de sentidos? Ou simples opção artística? São questões a serem investigadas em outro tipo de estudo.

O afresco da Capela Sistina é uma pintura bem mais divulgada e mais conhecida que a tela de Palma Vecchio, embora nenhuma das duas mereça o mesmo destaque que *A criação de Adão*, do próprio Michelangelo, um dos quadros mais usados pela mídia e pela publicidade entre as obras de arte renascentistas. Por que entre essas representações plásticas, a criação de Adão seria mais importante, para os valores atuais, do

que a criação de Eva (que é o quadro central do teto da Capela Sistina) ou o pecado original? Eis um fato que mereceria um estudo não da semiótica plástica, mas da semiótica cultural, que focalizasse a prevalência do masculino sobre o feminino em nossa sociedade.

No espaço deste trabalho não cabem as mais profundas considerações sobre essa questão, já que seu objetivo é apenas analisar as relações intersemióticas entre o discurso verbal do Gênesis (III) e os discursos plásticos de Michelangelo e Palma Vecchio. As restrições impostas, nesse caso, não permitem que a análise se estenda às reflexões socioculturais da enunciação em ato que poderiam desvendar os mistérios renascentistas. A produção artística, destinada a concretizar cenas bíblicas em imagens picturais ou escultóricas, atendia aos desígnios dos senhores dos templos e dos palácios, que queriam perenizar no imaginário dos cristãos daquela época determinados modos de ver e conceber os sentidos dos textos sagrados. Mas a comparação entre o texto bíblico e as pinturas renascentistas pode mostrar algumas estratégias semióticas na produção de sentidos explícitos ou implícitos, e esse será o alcance máximo das análises apresentadas a seguir.

Para a análise das duas pinturas escolhidas, vamos

¹ Um dos afrescos feitos pelo pintor que figuram no teto da Capela Sistina, no Vaticano. Disponível em: < http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Forbidden_fruit.jpg >.

voltar ao ato da enunciação, pois esse é o ponto de partida, hoje, para uma caminhada em busca do processo de significação dos objetos semióticos, num estudo que segue a linha francesa greimasiana de análise dos discursos. Consideremos primeiramente que essas duas pinturas foram produzidas no mesmo momento cultural, o Renascimento Italiano, e uma delas, mesmo não sendo a mais conhecida, é usada, cinco séculos depois, na propaganda comercial de uma joalheria, num processo que poderíamos chamar de “bricolagem” cultural, segundo a expressão criada pelo antropólogo Levi-Strauss.

Não podemos ignorar o tempo-espaço cultural no processo de enunciação, quando o texto é fortemente axiologizado, chegando mesmo a transformar-se em

discurso mítico-religioso. E para a análise a ser desenvolvida, envolvendo o conceito de publicidade, é importante destacar que, como metatextos da narrativa bíblica, essas pinturas foram produzidas como uma forma de propaganda da religião cristã, num contexto social que incentivava esse tipo de arte. Muitos séculos após a produção das narrativas orais e escritas que lhes serviram de base, as pinturas religiosas tinham a finalidade de mostrar aos cristãos iletrados, através das imagens, as cenas da história sagrada. O objetivo era facilitar a compreensão e memorização das passagens mais importantes dessa história, com o discurso oral dos pregadores usando um reforço visual para transmitir os ensinamentos divinos.

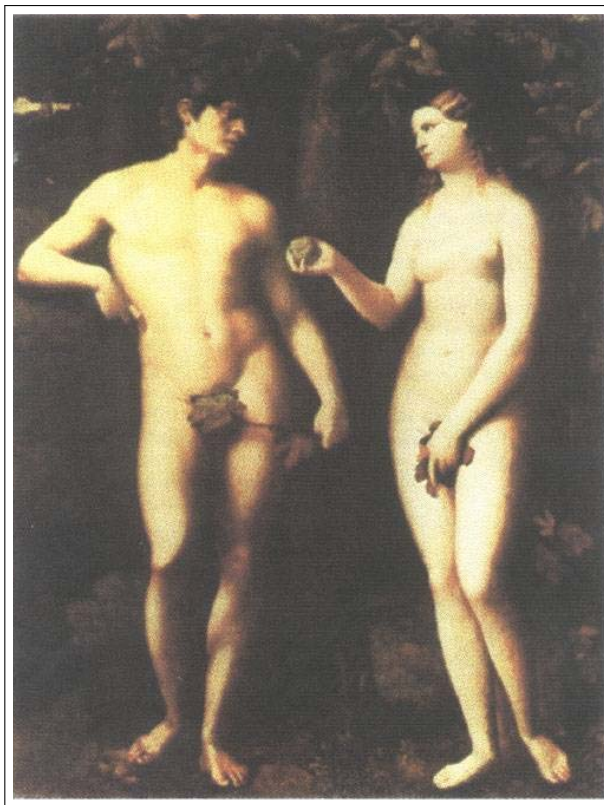


Figura 2

Palma il Vecchio, *Adão e Eva* [1509]².

Por tal razão essas pinturas, em paredes, tetos, telas e vitrais de igrejas e palácios, podem ser estudadas hoje como um sistema de propaganda, seguindo os passos de Floch nos seus trabalhos sobre semiótica plástica e comunicação. Uma prova de sua eficiência

como textos publicitários é a perenidade, ou seja, ainda hoje essas obras de arte continuam sendo apreciadas, analisadas e usadas como elementos significativos em diferentes contextos.

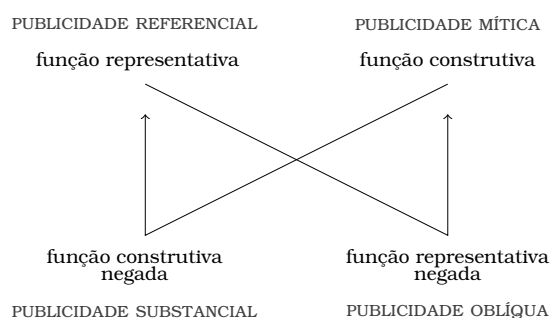
Para uma análise semiótica desses dois quadros,

² Óleo sobre tela, 202 x 152 cm. Braunschweig, Alemanha, *Herzog Anton Ulrich-Museum, Kunstmuseum des Landes Niedersachsen*. Disponível em: (<http://www.museum-braunschweig.de/Pages/Deutsch/Italien.html>).

poderíamos tomar como base de nossas reflexões as diferenças de concepção do discurso plástico como meio de propaganda de um produto ideológico, retomando os estudos de Floch sobre *marketing* (1990), pois o que mais chama a atenção nesse caso são exatamente essas diferenças, pelas quais podemos sentir “sob os signos, as estratégias”, como diz o próprio autor no subtítulo de sua obra.

2. Imagem referencial x imagem mítica/oblíqua

Em seu estudo sobre os diferentes tipos de discurso publicitário, a partir de debates teóricos com profissionais da propaganda, Floch (1990, p. 183-226) organiza um quadrado semiótico em que opõe diferentes tipos ideológicos de publicidade, com base na função representativa ou construtiva da linguagem, ou seja, a função que tem a linguagem, para alguns, de “representar” os significados do mundo e, para outros, de “construir” esses significados.



Analisando as duas pinturas como divulgação/propagação/propaganda do mito bíblico do pecado original, podemos considerar o afresco de Michelangelo (Figura 1), segundo a teoria de Floch, como uma *publicidade referencial*. O espaço pictórico foi concebido como uma adequação à realidade, ou seja, a representação mais fiel possível da “realidade” (fatos narrados em Gênesis, III). O sentido construído por esses fatos “reais” (segundo a crença no texto bíblico) está pronto e apenas se faz representar pelas imagens. Podemos até chamá-la de pintura narrativa, levando em conta que a sequência narrativa canônica – manipulação, competência, performance, sanção – está claramente manifestada nos dois planos da linguagem plástica, no da expressão pelas linhas, formas e cores, e no do conteúdo pelos temas e pelas figuras.

E a mesma análise do percurso gerativo do sentido, desenvolvida no estudo do texto verbal, pode ser repetida agora, partindo porém do significante plástico, que é o plano da expressão, onde serão identificados

os contrastes visíveis, os *desvios diferenciais* responsáveis pela construção do sentido. Diante dessa imagem visual, cuja apreensão costuma ser considerada total e imediata, o enunciatório, mesmo não conhecendo o relato bíblico, percebe ao primeiro olhar que o espaço pintado, um retângulo alongado horizontalmente, está dividido ao meio por uma forma cilíndrica de várias cores, uma coluna no eixo central e vertical do quadro, na qual se confundem linhas retas e curvas com elementos humanos, animais e vegetais.

À esquerda do espectador está uma área plenamente cheia, com formas variadas do reino vegetal e mineral, numa distribuição equilibrada, em cores escuras, que vão do cinza ao verde, passando pelo azul, sobre um fundo claro. Essas formas contornam harmoniosamente duas figuras humanas, em tons entre o branco, o creme e o amarelado. À direita, num cenário vazio, duas figuras humanas, em tons mais escuros (sobretudo a mulher) que os da esquerda, se sobressaem num fundo marcado pela ausência dos elementos harmônicos da natureza. Na área central se destaca ainda, por ser a única forma na cor vermelha, uma figura sobre-humana flutuando no espaço mais alto do quadro, como se fosse a reprodução em espelho da figura que encima a coluna divisória do espaço pintado.

No sentido da verticalidade, esse espaço enunciado divide-se em três faixas, que formam o pano de fundo das cenas retratadas: uma azul no alto, uma branca no meio e uma verde embaixo. A luminosidade se concentra na faixa branca, que separa os elementos da parte alta dos elementos da parte baixa, assim como a coluna central separa os da esquerda e os da direita. Para qualquer enunciatório do discurso, esta é a percepção inicial dos formantes plásticos, no plano da expressão, em que o sentido se constrói através dos contrastes que identificamos entre cores, linhas, formas e posições. Percebemos assim que esse processo de significação (o significante) se constrói através de diferenças estabelecidas pelos dispositivos topológicos no eixo da horizontalidade e da verticalidade, além das oposições entre linhas, formas e cores.

Já a percepção das estruturas discursivas e semi-narrativas do texto plástico dependerá do contexto sociocultural do enunciatório, ou seja, do seu *crivo de leitura do mundo natural*. O plano do conteúdo, onde estão os formantes figurativos, será interpretado de forma diferente, caso o enunciatório pertença ou não à cultura judaico-cristã.

Para os que pertencem a essa cultura, como é o nosso caso, podemos fazer a análise do percurso gerativo do sentido, identificando na estrutura narrativa e discursiva do texto plástico os mesmos actantes, atores, temas e figuras do texto bíblico verbal, com a vantagem de que no discurso pictórico é maior o efeito de sentido de realidade, pelo uso de signos que reproduzem mais fielmente os elementos do mundo

natural, característica das pinturas figurativas.

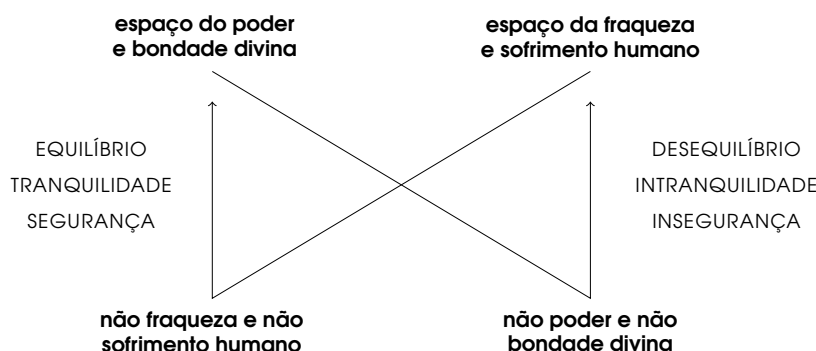
Temos então, à esquerda do observador, os atores Adão e Eva, representando os actantes (sujeitos da ação) manipulados pelo destinador-tentador, este estranhamente concretizado pela figura de uma serpente-mulher, que se enrola no tronco da “árvore do conhecimento do bem e do mal” (figura do discurso bíblico verbal), elemento já identificado como coluna central do espaço pictórico enunciado. Mas só os conhecedores do relato bíblico poderão identificar esses elementos do discurso e, principalmente, reconhecer nas figuras humanas da direita os mesmos actantes e atores da região esquerda, pois estão representados não só por gestos e movimentos bem diferentes, mas também por linhas acentuadas em suas feições, formando figuras que vão concretizar os temas *desobediência* (à esquerda) e *castigo* (à direita). Essas diferenças acentuam-se na figurativização da mulher, que fica assim marcada como a mais atingida pelo *castigo divino*, que é o tema da região direita.

No entanto o discurso plástico, apesar da referencialidade ao texto bíblico, tomou algumas liberdades em relação ao discurso verbal. O manipulador-castigador não é Javé-Deus, mas um anjo sem asas, de veste vermelha, empunhando uma espada ameaçadora, que toca a nuca de Adão. Essa figura é tão intrigante quanto a serpente-mulher, pois ambas representam os sujeitos manipuladores do crime e do castigo, e o contraste entre ambas se manifesta nas posições invertidas, como um reflexo espelhado: a mulher-serpente olha para a esquerda, onde estão os sujeitos a serem manipulados, enquanto o anjo vermelho olha para a direita, onde estão os sujeitos já sancionados.

O objeto-valor desejado pelos sujeitos da performance, o “conhecimento do bem e do mal”, eviden-

temente não está figurativizado no discurso plástico, já que se trata de um valor abstrato. Adão e Eva deixam o paraíso nus, sem as tangas de folhas mencionadas em Gênesis (III), e nenhum formante plástico significativo chama a atenção para os órgãos sexuais de cada um, nem antes nem depois da expulsão, a não ser um sombreamento na região genital da mulher, já a caminho do castigo. Nenhuma marca do significante ou das estruturas narrativas e discursivas deixa entrever qualquer referência ao fruto proibido como figurativização do ato sexual. O *fruto*, na parte esquerda, está diluído entre as imagens das mãos que o tocam. Mas a oposição semântica de base identificada na análise do discurso verbal está aí claramente representada pela oposição entre as duas áreas, a da esquerda e a da direita. A figurativização do *espaço divino* está no equilíbrio e tranquilidade do cenário e dos atores, entre pedras, galhos e frutos. E o *espaço humano* está figurativizado pela ausência dos elementos do jardim natural e pela expressão de sofrimento dos atores, expulsos do paraíso pela espada do anjo vermelho.

Além disso, há uma oposição entre os atores sobrenaturais, na faixa do alto (céu), e os humanos, nas faixas inferiores (terra). Esse contraste, na categoria topológica alto/baixo, em nossa cultura, se relaciona com o poder e a submissão: no alto estão os poderosos, opressores e manipuladores (vistos como bons), embaixo estão os submissos, oprimidos e manipulados (vistos como maus). Vejamos, no quadrado semiótico, os significados do nível mais profundo do percurso gerativo do sentido, ao qual só podemos chegar depois de analisar o nível discursivo e o narrativo, mais próximos do leitor:



Para a análise do segundo quadro renascentista, *Adão e Eva*, de Palma Vecchio (Figura 2), é preciso partir do fato de que se trata de uma *metapropaganda*,

uma pintura que há cinco séculos era um discurso publicitário do mito bíblico do pecado original, usada hoje como objeto promocional na venda de alianças

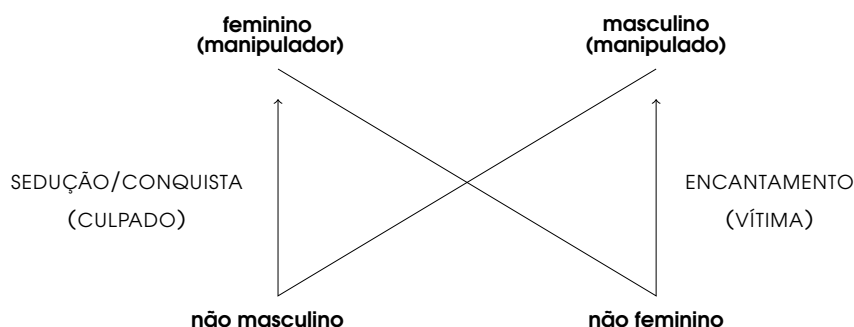
de casamento. E o quadro foi muito bem escolhido para esse efeito de sentido, pois nele está bem claro o tema do ato sexual metaforizado pelo “fruto proibido”. É a razão pela qual essa pintura pode ser considerada, segundo a classificação de Floch (1990), uma *publicidade mítica/oblíqua*, na dêixis direita de seu quadrado semiótico, onde estão implicados o contrário e o contraditório da *publicidade referencial*. Nela o sentido se constrói pela linguagem, ou seja, a linguagem plástica tem o poder de construir novos sentidos para o tema ali concretizado.

Enquanto o primeiro quadro “representava” os fatos bíblicos, reconstituindo-os de forma referencial, este segundo constrói um novo sentido, de forma oblíqua, levando o enunciário a sentir-se um co-produtor do discurso. O contraste essencial, responsável pela oposição significativa profunda no primeiro caso, que se estabelecia entre o *espaço divino* e o *espaço humano*, não está presente na segunda imagem, nem na expressão nem no conteúdo. Entre os formantes plásticos, nenhum elemento do plano da expressão lembra as diferenças entre o *divino* e o *humano*. E no plano do conteúdo, nenhum procedimento do discurso contribui para figurativizar ou tematizar o *crime* e o *castigo* do pecado original. O que temos então nesse quadro? No nível do significante, ao primeiro impacto o enunciário distingue duas figuras humanas, em posição vertical, ocupando praticamente todo o espaço pictórico e destacando-se pelas cores claras e pela luminosidade, sobre um fundo muito escuro, em que mal se faz notar a presença de uma árvore.

Para um enunciário que não pertença à cultura judaico-cristã, ou que desconheça o texto bíblico, as duas figuras humanas, com sua nudez, seus corpos

bem delineados, encobertos com folhas os órgãos sexuais, tematizam no discurso a *conquista amorosa*: a mulher oferece ao homem um fruto, e em suas expressões fisionômicas estão figurativizados os temas da sedução feminina e do encantamento masculino. Uma análise segundo os padrões da cultura judaico-cristã fará evidentemente a relação com o mito bíblico, já a partir do título do quadro – *Adão e Eva* – mas perceberá que o tema principal do discurso plástico é a importância do homem e da mulher no plano da criação do mundo, tema facilmente depreendido em Gênesis (I–II). Esse elemento do plano do conteúdo está em correspondência, no plano da expressão, com a extensão da área ocupada pelas figuras humanas no espaço pintado e com o contraste relevante entre o claro e o escuro.

A oposição significativa mínima, numa estrutura mais profunda do percurso do sentido, se estabelece entre o *masculino* e o *feminino*, condição necessária para que o programa narrativo da conquista amorosa se realize. Nenhuma marca, no significante ou no significado, simboliza o crime, o castigo ou a culpa, percursos temáticos básicos para a construção do sentido no mito bíblico do pecado original. Teria o pintor renascentista italiano se libertado da ideologia judaico-cristã? Nem tanto. O quadro mostra somente uma etapa da sequência narrativa do relato bíblico, a manipulação. E o destinador-manipulador-sedutor nesse caso é a mulher, símbolo da culpa no discurso machista do texto bíblico. As armas da manipulação são a beleza e a graça, marcas culturais da sedução feminina, legitimando o tema do ato sexual metaforizado pelo “fruto proibido”. No quadrado semiótico, a oposição fundamental assim se representa:



Teria surgido nessa época, final da Idade Média, esse viés de interpretação do relato bíblico? Sem dúvida é uma hipótese a ser considerada, pois durante os dez séculos da Idade Média a ideologia cristã dominou a cultura ocidental e satanizou os “pecados da

carne”, usando todos os recursos possíveis para que fossem vistos como desrespeito aos desígnios divinos. A preocupação com a herança maligna desse “crime de desobediência” era tão grande, que o culto à Virgem Maria, criado nesse período histórico, representou-a

como tendo concebido o filho de Deus sem contato sexual, ou seja, ela estava livre do “pecado original”. Por essa razão em algumas imagens sacras a Virgem Maria pisa a cabeça de uma serpente.

3. Relação semi-simbólica entre a expressão e o conteúdo

Greimas chama a atenção para o fato de que o importante não é “proclamar que o significante plástico [...] ‘significa’, mas é procurar compreender como ele significa e o que significa” (1984, p. 40-41). Essa preocupação levou os semioticistas a ver a relação semi-simbólica entre a expressão e o conteúdo como a principal característica dos objetos semióticos plásticos. Esse tipo de relação, que se define pela conformidade entre categorias dos dois planos da linguagem, começou a ser estudado na poesia e estendeu-se para as artes plásticas (Floch, 1985, p. 207).

A consequência de tal estudo foi a identificação de três tipos de linguagem, segundo a natureza das relações entre o plano da expressão e o plano do conteúdo. A partir de Hjelmslev, já se distinguem os sistemas simbólicos e os sistemas semióticos propriamente ditos. Nos primeiros a conformidade entre os dois planos da linguagem é total, elemento a elemento, e nos segundos não há conformidade entre os dois planos, sendo necessário distinguir e estudar separadamente expressão e conteúdo. Surgiu então a necessidade de definir um terceiro tipo de linguagem, os sistemas semi-simbólicos, em que existe conformidade entre categorias da expressão e categorias do conteúdo.

Sendo assim, podemos concluir que, no afresco de Michelangelo (Figura 1), à categoria visual espacial *esquerda/direita* corresponderá uma categoria semântica *crime/castigo*, para o programa narrativo dos actantes – assim como a *recompensa/punição* em *O juízo final*, do mesmo pintor (Floch, 1985, p. 207). Também identificamos uma categoria *divino/humano* para o cenário que os envolve. Isso quer dizer, no processo de significação, que o crime da desobediência se deu no *espaço divino*, espaço do poder e da bondade divina, onde havia o equilíbrio do jardim natural em que Deus colocou o primeiro homem e a primeira mulher. E o castigo se realizou pela transposição dos atores para um *espaço humano*, onde eles não teriam a proteção de Deus, seriam fracos e sofreriam muito. A complexidade dos formantes plásticos e figurativos dos sujeitos da ação e dos cenários, à direita e à esquerda, contribui para o enriquecimento semântico dessa *narrativa plástica*.

Ainda no âmbito da figuratividade espacial desse texto visual, temos a categoria *alto/baixo*, à qual corresponde a categoria semântica *céu/terra*: no *alto* estão

os elementos do mundo sobrenatural – árvore com o fruto proibido e manipuladores do crime e do castigo – e *embaixo*, os do mundo natural – seres humanos, chão com pedras e raízes, erva do campo. Em nossa cultura os pares de opostos *alto/baixo*, *céu/terra* e *sobrenatural/natural* são valores fortemente axiológicos em relação ao poder. Por essa razão relacionamos sempre as figuras do alto com a detenção do poder e os programas de manipulação e sanção, enquanto as figuras terrenas, embaixo, são os sujeitos manipulados e sancionados. A análise dessas relações semi-simbólicas justifica a hipótese deste trabalho de que a pintura de Michelangelo seria uma *imagem referencial* do texto manifestado em Gênesis (III), pois reforça a analogia entre os processos de significação de cada um dos discursos, o verbal e o plástico.

No segundo quadro analisado, de Palma Vecchio, a relação semi-simbólica entre a expressão e o conteúdo se faz sentir entre a categoria cromática *claro/escuro* e a categoria semântica *humano/vegetal*. No processo de significação destaca-se a importância dos valores *claro* e *humano*, num espaço englobado, e o papel secundário dos valores *escuro* e *vegetal*, num espaço englobante. A categoria *masculino/feminino* corresponde à categoria espacial *esquerda/direita*, com a mulher figurativizando o destinador-manipulador-sedutor da conquista amorosa à direita, e o homem, o sujeito-manipulado-seduzido à esquerda, elementos semionarrativos já analisados. A condição de imagem mítica/obliqua dessa pintura, criando um novo sentido para o pecado original, leva-nos a ver nela os elementos necessários à confirmação da leitura temática do fruto proibido como metáfora do ato sexual.

O objetivo deste estudo era levantar algumas hipóteses e algumas pistas para uma análise desses metadiscursos pictóricos, símbolos de uma tradição cultural de muitos séculos. No processo de comunicação, a manipulação do enunciatário pelo enunciador se faz por um jogo de oposição axiológica entre pares de opostos: *divino/humano* e *masculino/feminino*, na estrutura semântica do discurso, e *manipulador/manipulado* e *sancionado/sancionador*, na sintaxe da narrativa. Esses elementos do plano do conteúdo estão manifestados no plano da expressão plástica pela oposição sensível entre os pares *esquerda/direita*, *alto/baixo* e *claro/escuro*, os mais evidentes, além de outros já analisados nos sintagmas formados por linhas, espaços e cores. Essas pistas e hipóteses poderão ser retomadas posteriormente em análises mais aprofundadas, pois os estudos semióticos em comunicação, literatura e artes plásticas não se esgotam e precisam ser continuamente retomados e renovados. ●

Referências

- Floch, Jean-Marie
1985. *Petites mythologies de l'oeil et de l'esprit. Pour une sémiotique plastique*. Amsterdam: Hadès-Benjamins.
- Floch, Jean-Marie
1990. *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies*. Paris: PUF.
- Greimas, Algirdas Julien
1984. Semiótica figurativa e semiótica plástica. *Significação. Revista Brasileira de Semiótica*, n. 4, p. 18-46.
- Silva, Ignacio Assis
1995. *Figurativização e metamorfose: o mito de Narciso*. São Paulo: Editora UNESP.

Dados para indexação em língua estrangeira

Mendes, Mariza Bianconcini Teixeira
Adam et Eve au paradis. De la publicité religieuse à la publicité commerciale
Estudos Semióticos, vol. 5, n. 1 (2009)
ISSN 1980-4016

Résumé: Cette étude analyse les relations intersémiotiques entre le troisième chapitre de la Genèse et deux peintures de la Renaissance italienne, en ce qui concerne les figures et les thèmes de la sexualité qui composent le discours sur le péché originel. Pour étudier les relations intersémiotiques entre les discours manifestés sous différentes formes de langage, l'analyste cherche à identifier les caractéristiques les plus importantes de chaque texte énoncé, surtout celles qui les rendent différents sur le plan de l'expression mais semblables sur celui du contenu. Le but, dans ce cas-là, est de dévoiler les procédures de signification et les usages sociaux des objets sémiotiques en question. Pour cela, deux oeuvres du seizième siècle seront analysées comme discours plastiques créés à partir de la Genèse III: «Le péché originel et l'expulsion du paradis», de Michel-Ange, et «Adam et Ève», de Palma le Vieux. Ce dernier sera observé à partir du pliant publicitaire d'une joaillerie, qui servait à vendre des anneaux de mariage. En plus du contenu sémantique et des formes d'expression, en comparaison avec le texte biblique verbal, on analysera aussi les stratégies de production et discursivisation de ces discours plastiques comme métatextes du discours biblique: ils étaient employés comme une espèce de divulgation publicitaire, surtout pour aider les chrétiens illettrés de l'époque dans la tâche de compréhension et de mémorisation des histoires sacrées racontées dans la Bible.

Mots-clés: intersémiotité, discours biblique, publicité, sexualité, péché originel

Como citar este artigo

Mendes, Mariza Bianconcini Teixeira. Adão e Eva no paraíso: da propaganda religiosa à propaganda comercial. *Estudos Semióticos*. [on-line] Disponível em: { <http://www.filch.usp.br/dl/semiotica/es> }. Editores Responsáveis: Francisco E. S. Merçon e Mariana Luz P. de Barros. Volume 5, Número 1, São Paulo, junho de 2009, p. 75-83. Acesso em "dia/mês/ano".

Data de recebimento do artigo: 08/12/2008

Data de sua aprovação: 24/02/2009
